

POSTULADOS “PIXAR” EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN SELLO LLAMADO DOG BOSCO

PIXAR POSTULATES IN THE CONSTRUCTION OF A SEAL CALLED DOG BOSCO

Natalia Sequera Gómez
Profesional en Relaciones Internacionales y Estudios Políticos
Estudiante Especialización Alta Gerencia
Universidad Militar Nueva Granada
Bogotá, Colombia
u6502284@umng.edu.co

Artículo de Reflexión

Directora
Yuber Liliana Rodríguez-Rojas Ph.D.
Doctora en administración – Universidad de Celaya (México)
Magister en Salud y Seguridad en el Trabajo - Universidad Nacional de Colombia
Fisioterapeuta - Universidad Nacional de Colombia
Correo electrónico: yuberliliana@gmail.com



La U
acreditada
para todos

**ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
2020**

POSTULADOS “PIXAR” EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN SELLO LLAMADO DOG BOSCO

PIXAR POSTULATES IN THE CONSTRUCTION OF A SEAL CALLED DOG BOSCO

Natalia Sequera Gómez
Profesional en Relaciones Internacionales y Estudios Políticos
Estudiante Especialización Alta Gerencia
Universidad Militar Nueva Granada
Bogotá, Colombia
u6502284@umng.edu.co

RESUMEN

PIXAR y Walt Disney Animation Studios como corporación ha sido ejemplo en su funcionamiento gracias al modo como ha sido gerenciada, en ese sentido, el modelo de liderazgo exitoso planteado por Ed Catmull ha desarrollado una serie de principios y practicas para gestionar el talento creativo y el riesgo. Luego de un ejercicio de observación y estudio de caso se pretende solventar cuestionamientos acerca de ¿cómo se pueden desarrollar estos lineamientos en una idea de negocio propio? y ¿cómo aterrizarlo al proyecto de “Colegio Canino Dog Bosco”? Este proyecto, evoca la pasión y el amor profundo hacia las mascotas, y en ese sentido su materialización constituirá la planeación y posterior ejecución de un proyecto personal de emprendimiento. Su realización se da a partir de un estudio con enfoque cualitativo, de tipo experimental y descriptivo, que permitirá visualizar si este modelo de liderazgo exitoso de PIXAR a un escenario más cotidiano como el relacionado con la gestión del talento humano que desarrolla actividades de cuidado y diversión de las mascotas en la implementación del proyecto “Dog Bosco”. Se hace un recorrido entonces por elementos que demandan detenimiento en la construcción del estado del arte de este colegio, la búsqueda del éxito, la Creatividad Sustentable, los postulados de la Ley de la Atracción, el liderazgo a partir de la inteligencia emocional y finalmente lo que estableció Catmull como "la primacía de las personas sobre las ideas".

Palabras clave: Pixar, creatividad sustentable, talento humano, colegio canino.

ABSTRACT

PIXAR and Walt Disney Animation as a corporation, have been an example to follow due to the way it's been managed. The successful leadership model presented by Ed Catmull has developed a series of principles and practices to manage creative talent and risks. After observing and studying such case, it's intended to answer the question "how could these guidelines be applied to one's business endeavor?" and " how could this be applied to Colegio Canino Dog Bosco?" This project, evokes the passion and deep love towards house pets, and the realization of it would be the culmination of a personal venture. Its fulfillment would begin from a qualitative focus, experimental and descriptive type, that would allow the study of a successful leadership model from "Pixar's case studies", applied to an everyday-use, related to managing the human resources that would lead all care activities with house pets in "Dog Bosco". Several elements for the realization of this project will be revised, such as state of the art, search for success, sustainable creativity, law of attraction hypothesis, leadership from emotional intelligence and finally relating these concepts with Catmull's "people's supremacy over ideas".

Keywords: Pixar, sustainable creativity, human resources, pet college.

INTRODUCCIÓN

PIXAR, reconocido mundialmente por las películas animadas a partir del diseño computacional, estuvo en cabeza de tres visionarios que materializaron sus sueños exitosamente. La compañía fue fundada en 1986, por Ed Catmull, Steve Jobs y John Lasseter, y su primer largometraje fue Toy Story que no solo fue ganadora de 15 premios de la Academia, sino que se ganó el reconocimiento y afecto de todas las generaciones a nivel mundial. Catmull, fue construyendo su sueño que no solo le significó premios científicos y técnicos dentro de la industria cinematográfica, sino que, adicionalmente, ha generado cambios en la percepción e imaginación de miles de personas a lo largo y ancho del mundo.

Ed Catmull plantea una serie de elementos que han sido vitales en la construcción, mantenimiento y empoderamiento de su negocio; el primero de ellos es el éxito, el cual respalda a través de conjunto de principios y prácticas para gestionar el talento creativo y el riesgo. Otro elemento para considerar es la “Creatividad Sustentable” que debe estar presente en cada nivel

de la organización (Catmull, 2008). El tercer elemento por resaltar tiene que ver con la capacidad de atraer lo que uno desea y hacer los que a uno lo apasiona, y en esa medida para Catmull, la visualización de su corporación fue el sentido que lo empoderó para lograr y diseñar este proyecto tal y como lo imagino; en este punto, traer a colación el aporte que puede hacerse desde la aplicación de Ley de la intención y el deseo (Chopra, 1994), y finalmente, el elemento que cierra este análisis es la “primacía de las personas, sobre las ideas” (Catmull, 2008).

En este orden de ideas, la intención principal de este escrito es el entendimiento del ejercicio de visualización y materialización de los objetivos organizacionales de Ed Catmull en la construcción de “El sello de PIXAR” y ¿cómo aterrizarlos en el proyecto del “Colegio Canino Dog Bosco”?

Este proyecto, evoca la pasión y el amor profundo hacia las mascotas y, en ese sentido, su materialización constituiría la planeación y posterior ejecución de un proyecto personal de emprendimiento. Vale la pena aclarar, que este proceso está en construcción, sin embargo, la aplicación de los conceptos estudiados será tenida en cuenta en la proyección del colegio.

Actualmente, las mascotas cumplen un rol fundamental al interior de los hogares. Los humanos a lo largo del tiempo les han otorgado un espacio especial dentro del núcleo familiar y en tal medida, se han convertido en seres amados, cuidados y respetados. Este tipo de situación ha forjado importantes impactos en las sociedades contemporáneas, a tal punto de generar no solo entornos de seguridad y compañía, sino que, han elevado los niveles positivos de calidad de vida en las personas, en términos de salud mental y física.

En Colombia, el mercado de las mascotas crece en aproximadamente un 13% y las categorías que lo impulsan son principalmente el alimento, el cuidado y los productos para mascotas (Revista Empresarial, 2016), por lo tanto, el servicio de guardería o colegio canino es

un servicio que va creciendo de manera sostenible, pero que además saca provecho de condiciones sociales tales como "síndrome del nido vacío" o simplemente las nuevas generaciones prefieren las mascotas. Los perros se constituyen en la razón de creación del Colegio Dog Bosco, por lo tanto, se deben considerar factores que incluyen desde el proceso de adiestramiento de estos animales, hasta los fuertes lazos de conexión de esta especie con el ser humano (National Geographic, 2010).

En esta medida, en el proceso de construcción y materialización del sueño de Dog Bosco, la piedra angular que dará ese valor agregado a esta idea de negocio reside en la importancia de construir, mantener y fortalecer una cultura de autocuidado entre sus colaboradores, respetando los aportes y las ideas que surjan en todas las esferas de la organización, proponiendo rutinas de feedback que permitan la evolución de la creatividad y las ideas que al final generarán esa agregación de valor e impulsarán el crecimiento y competitividad del colegio, para que de esta forma pueda proyectarse como el mejor Colegio Canino de la ciudad, aplicando los elementos que aplicó Ed Catmull en la construcción y cimentación de PIXAR.

La consideración de los elementos que se han tenido en cuenta en el fortalecimiento del Talento Humano en la corporación PIXAR y Walt Disney Animation Studios, se establecerán como punto de partida en la formulación de los principios constitutivos del colegio canino; sin embargo, es importante la consideración de otros conceptos como los expuestos por Goleman exponiendo que el control de las emociones sustentado en la inteligencia emocional (Goleman, s.f), enmarcarán el éxito profesional y personal de Dog Bosco y en ese sentido este concepto se vincula con el primer elemento de análisis de este escrito.

De otro lado, es importante resaltar la capacidad de organizarse al interior de la empresa desde el talento humano para lograr que los vínculos sociales que de allí surjan brinden ese elemento diferenciador que permita posicionarse efectivamente como el mejor colegio canino. Dicho esto, la inteligencia social, es un termino que busca describir la satisfaccion de las necesidades de un colectivo o un grupo de personas, y si bien estas necesidades pueden estar ligadas a la salud, la educacion, acceso a la justicia y otras; por supuesto pueden estar vinculadas a las necesidades de la corporación en la que trabajan. Por lo tanto, la inteligencia social requiere un ejercicio critico para asumir la realidad individual y colectiva, tomar conciencia para luego tomar acciones para y por las relaciones sociales evaluadas. (Schvarstein, s.f).

En este orden de ideas Dog Bosco, y su equipo de trabajo deben responder a este tipo de necesidades y resolver los inconvenientes de forma colectiva, siempre pensando en equipo, y en el bienestar y éxito de la empresa. Para eso, es vital desarrollar habilidades que empatan totalmente con los lineamientos de la inteligencia emocional y el efectivo liderazgo, como por ejemplo “empatía que permite la identificación con las necesidades sociales de los otros; reconocimiento de la satisfacción de necesidades sociales como explicación de la conducta de los otros; influencia: movilización de las personas hacia la satisfacción de las necesidades sociales propias y ajenas; la resolución de conflictos: actuación en situaciones de confrontación derivadas de la satisfacción de necesidades sociales, tendiendo a promover relaciones de cooperación para tal fin; la Comunión: establecimiento y favorecimiento de lazos sociales solidarios” (Schvarstein, s.f).

Sobre la relación directa que existe entre la inteligencia emocional y el liderazgo, se han escrito importantes publicaciones e investigaciones como la de Harvard Business Review que resalta la importancia de definir el por qué los rasgos de la inteligencia social son característicos

de los mejores líderes. En tal sentido, la biología del liderazgo, a partir de postulados de la neurociencia darán un argumento científico en el posicionamiento del capital humano de la empresa. (Goleman & Boyatzis, 2008).

En este sentido, busca, plasmar y definir el capítulo relacionado con el talento humano del Colegio Canino Dog Bosco a partir del modelo implementado por Ed Catmull en PIZAR. Para esto, se tendrán en cuenta una serie de conceptos ligados con las emociones y el liderazgo efectivo y cuyo propósito es evidenciar el cómo a través de este análisis, la formación de un equipo idóneo catapultará la labor realizada que no solo está ligada a servicio prestado -guardería de perros – sino que implica una estrategia al interior de la organización que ponga en evidencia la familia, la lealtad, el trabajo en equipo, la empatía y la felicidad, que en últimas se verá reflejado en el servicio al cliente y por lo tanto será el elemento diferenciador en la escogencia del segundo hogar de las mascotas bogotanas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este es un estudio con enfoque cualitativo, de tipo experimental y descriptivo, enfocado en el “estudio de caso”, método o técnica de investigación habitualmente utilizado en las ciencias sociales, el cual se caracteriza por el análisis sistemático de uno o varios casos. Se hace especial énfasis en el uso de técnicas de investigación que permitan adaptar el modelo de liderazgo exitoso del “Caso de Estudios PIXAR” a un escenario más cotidiano como el relacionado con la gestión del talento humano que desarrolla actividades de cuidado y diversión de las mascotas en la implementación del proyecto “Dog Bosco”.

La verificación documental “garantiza la recuperación selectiva y oportuna de datos, además de posibilitar el intercambio, difusión y uso de la información” (Iglesias & Gómez, 2004) que permitirá adaptar el objeto de estudio a la construcción de herramientas de liderazgo

en términos de conveniencia y accesibilidad, respondiendo a escenarios de relevancia social, implicaciones prácticas, y utilidad, a partir de los principios de innovación aplicados en el caso “PIXAR”.

Lo que se busca es que el proceso sea centrado en el análisis inductivo e interpretativo para dar cuenta de la posibilidad de adaptar el modelo de éxito de “Estudios PIXAR” en el manejo del talento humano en diferentes escenarios dentro del modelo de negocio “Dog Bosco”. Este ejercicio hace hincapié en el desarrollo de los principios de innovación de PIXAR a través de siete elementos básicos. El primero es el liderazgo para la innovación; el segundo cuestionar el *Status Quo*; el tercero talento y motivación; el cuarto diversidad de pensamiento; quinto experimentar y correr riesgo; sexto colaboración y finalmente entorno y recurso para innovar”(Catmull, 2008).

Las fuentes primarias de información sobre las cuales se hace este análisis tratan, como ya se ha mencionado, del estudio de caso sobre los principios de éxito ya comprobados en términos de la gestión organizacional y del talento humano usados por PIXAR, previamente mencionados en el párrafo anterior. Así pues, el “Liderazgo para la innovación” funcionara como variable independiente o variable predictora (Namakforoosh, 2000). Lo anterior supone que los otros seis principios fungirán como variables dependientes del principio antes enunciado.

Las fuentes secundarias de las que dispone esta investigación están enfocadas en un barrido literario a partir de textos de liderazgo, inteligencia emocional y estrategias de mercadeo; artículos científicos sobre el liderazgo, neurociencia de las decisiones y de la comunicación humana; y, finalmente fuentes audiovisuales. Estas serán fuentes de contraste y elementos que soporten la relación de la variable independiente con respecto a las variables dependientes bajo el precepto que un liderazgo enfocado impacta en la gestión del talento humano. En el proceso de

depuración, se realizó un estado del arte que involucró un total de 53 fuentes de las cuales luego de hacer una lectura de ellas, se tomaron solo 20 de ellas, que fueron utilizadas en el desarrollo del documento.

Por lo tanto, al implicar al factor humano en el desarrollo del presente estudio, la recolección de datos busca construir conceptos, percepciones, imágenes mentales, emociones, interacciones y experiencias (Sampieri, 2018), que den cuenta de prácticas de liderazgo como unidad de análisis conductual de una actividad continua y rutinaria, donde los papeles o roles de cada uno de los miembros de la organización son unidades articuladas conscientemente que definen lo social.

En consecuencia, ya que un estudio de esta índole se desarrolla de forma experimental y empírica (no hay estudios focalizados), la acción inicial en el análisis consiste en recibir datos no estructurados a los cuales se les proporcionará una estructura consistente a partir de la observación del investigador para descubrir y adaptar los conceptos, categorías, temas y patrones presentes en los datos para otorgarles sentido, interpretarlos y explicarlos, vinculando los resultados con el conocimiento disponible y generar una estrategia consecuente con la realidad.

Todo lo anterior en función de una bitácora de análisis que tiene la función de documentar el procedimiento de recolección y análisis de la información; anotaciones sobre el método utilizado en la búsqueda, anotaciones sobre ideas, conceptos significados, categorías e hipótesis que pueden o no surgir; identificación de otros estudios similares; y la inclusión de cualquier referencia o fuente importante que permita identificar posibles aportes al desarrollo de la investigación.

Ahora bien, tal investigación presupone el uso de un diseño narrativo para entender la sucesión de hechos, situaciones, fenómenos, procesos y eventos (Sampieri, 2018), donde se

involucran pensamientos, sentimientos, emociones e interpretaciones de los datos recopilados con el fin de adaptarlos al modelo de negocio de la escuela canina “Dog Bosco”. Lo que en consecuencia permite al investigador que, en el proceso de recopilación de la información pueda situar narraciones y experiencias para luego ensamblarlas en una narrativa general y analítica siguiendo una secuencia lineal en torno al liderazgo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

“Al infinito y más allá”, con esta frase inicia no solo la premisa de lo que es ahora PIXAR, sino que es posible aducir a la visión que tuvo Ed Catmull y sus socios al construir su organización, que lo convierte en una fuente de inspiración y seguimiento para emprendedores y constructores de nuevos negocios y que, a través de sus postulados quieren ser multiplicadores de ideas que no solo generen crecimiento económico sino emocional.

La historia de esta corporación nace de dos enfoques muy importantes por parte de los fundadores de PIXAR, “pasión y visión”, enfoques que se materializaron en la película animada TOY STORY, la cual engendró por parte de Ed Catmull y John Lasseter la pasión por lo que hacían y la visión de hacer lo que realmente querían. En la construcción de este filme no solo se encontraron con obstáculos presupuestarios, tecnológicos, contraposiciones con Disney, con quienes estaban invirtiendo en la película, sino que este proceso determinó los elementos para que todo se diera en función del personal, por tanto, se consideraron nuevos talentos, nuevas formas de trabajo en equipo, nuevas dinámicas, pero sobre todo, se propicio un escenario de confianza y seguridad con plena certeza que el trabajo se estaba haciendo bien, con exigencia por la calidad.

La historia de esta Corporación va mucho más allá que los desarrollos tecnológicos y artísticos; y aunque su gran inicio lo obtuvo con el lanzamiento de TOY STORY en 1995, en la actualidad no ha dejado de demostrar que es pionera en lo que hace superando los límites que existen de la animación computacional y su talento humano ligando la creatividad y la tecnología con la colectividad, con la familia.

En el desarrollo de los principios de innovación de PIXAR, y en la construcción de lo que puede llamarse "cultura colaborativa" toman lugar siete elementos básicos. El primero sobre “el liderazgo para la innovación”: los líderes modelan las conductas que estimulan una cultura innovadora; “cuestionar el *Status Quo*”: la empresa y sus líderes estimulan que se cuestione el *Status Quo* para evitar caer en una zona de confort o complacencia. Esto ayuda a celebrar los éxitos y a estudiar las razones del fracaso; el “talento y motivación”: la organización retiene y atrae el talento; la “diversidad de pensamiento”: la organización promueve la diversidad de pensamiento y los equipos multidisciplinarios, es decir, se fomenta la libertad de comunicarse con cualquiera sin temor a romper barreras jerárquicas; “experimentar y correr riesgos”: que las personas no sienten miedo de expresar sus ideas ni a que se las roben sus jefes; “colaboración”: fomentar un ambiente de confianza y respeto mutuo permite la colaboración entre diferentes niveles y departamentos y finalmente “entorno y recursos para innovar”: organizar eventos que estimulen la creatividad y la curiosidad. (Catmull, 2008)

El éxito de grandes corporaciones podría deberse a la adhesión a un conjunto de principios y prácticas para gestionar el talento creativo y el riesgo. Para el caso de PIXAR, esta es una comunidad y tiene como tal una serie de creencias básicas: el talento es escaso, el trabajo de una dirección consiste en construir capacidades para reconstruirse luego de los fracasos, debe existir un entorno seguro para quien diga la verdad, desafiar las "grietas" que pueden destruir la

confianza y la cultura de ellos (PIXAR). Seguir con estos pasos tendrá como propósito establecer un proceso de “Creatividad Sustentable”.

Se hace necesario abordar los conceptos de comunicación corporativa, que debe entenderse como el uso de todos los recursos de comunicación con lo que cuenta una empresa para lograr efectivamente llamar la atención de su público. La demostración diaria del que hacer al interior de Dog Bosto, dará fe de su servicio y de sus actividades cotidianas al interior de la empresa y de cara a sus clientes. Por lo tanto, el saber comunicar y hacerlo de forma creativa y sustentable generará una percepción y entendimiento bidireccional acerca de cómo se están haciendo las cosas y cómo gustaría más al hacerlas. (Capriotti, 1999).

Aparece también, el término conducta corporativa, la premisa es el saber hacer, y determina la conducta de la organización como un canal de comunicación que expresa los valores y principios que identifican la corporación (Capriotti, 1999). En este punto, la evidencia estaría demostrada por la apropiación que tienen los trabajadores tanto de la misionalidad, como de los principios que componen a Dog Bosco.

Vale la pena, considerar los riesgos, y en este sentido, la capacidad del liderazgo se visualiza como el tope de la efectividad de la persona, y si a la persona le va bien, a la organización también. Sí en tiempos de crisis el líder no tiene las capacidades de pilotear efectivamente la empresa, puede pensarse que es hora de cambiar de liderazgo (Maxwell, 2007). En ese sentido, Dog Bosco, debe ser una organización adaptable que frente a la crisis, pueda solventar los cambios de liderazgo con tal de salir adelante.

Partiendo de lo anterior, la concepción del término “creatividad sustentable” describe dos elementos, la cultura organizacional y la innovación de gestión. El primero de ellos hace referencia a ese conjunto de valores, principios, ideas, sentimientos y creencias que componen

una comunidad institucional, constituyéndose como un marco de referencia y de pautas no sólo para sus empleados y colaboradores, sino que permite mostrar al exterior (clientes, comunidad) la realidad cultural que los identifica. El concepto de cultura organizacional va más allá de esta generalidad, ya que cumple con la función de ser un elemento diferenciador entre las demás organizaciones, y de esta manera debe generar sentido de pertenencia e identidad para lograr así orientar las conductas de sus individuos en la consecución de las metas institucionales (Carro-Suárez et al., 2017).

Los elementos básicos para la construcción de una cultura organizacional involucra el conjunto de valores esenciales, que determinan el comportamiento positivo o negativo al interior de la empresa; la cultura compartida indica que estos valores deben cumplirse en cada uno de los trabajadores o colaboradores; esto da lugar a la imagen integrada, que no es otra cosa que la identidad empresarial que permanecerá a través del tiempo; otro elemento a considerar es el fenómeno persistente, que indica que la empresa debe ser resistente al cambio y/o evolución (Pérez et al., 2016).

Por lo tanto, se adapta a este estudio de caso el concepto de cultura expuesto por Schein (Vilá, s. f.) estableciendo que es un patrón de suposiciones básicas —ya fueran descubiertas, inventadas o desarrolladas— que son aprendidas y compartidas por un grupo determinado a medida que demuestran ser válidas para hacer frente a problemas de integración interna y de adaptación al contexto externo del grupo, y por tanto son mostradas a nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación con estos problemas (p.257).

La innovación de Gestión, engloba los procesos de gestión de una empresa, estos tradicionalmente son planificación de metas y planes; coordinar y controlar actividades; acumular y asignar recursos; identificar y desarrollar talentos, equilibrar la oferta y la demanda,

pero vale la pena apostar a la evolución que ha tenido este proceso y apostar por la innovación, esto quiere decir, que vale la pena que en una corporación se manejen los procesos de gestión a partir del aprovechamiento del intelecto de los empleados, la creación de una comunidad al interior de la empresa y el desarrollo de grandes líderes (Hamel, s. f.).

En efecto la creatividad sustentable, para Dog Bosco, requiere de una propuesta enriquecedora por parte de las personas que trabajan en ella. Por su tipo de constitución el talento humano que la compone no solo debe contar con la experticia del manejo de perros, sino que, adicionalmente, debe contar con un servicio al cliente y uno posventa que se convierta en una verdadera experiencia para los dueños de las mascotas.

Esto se visualizará desde el mismo momento de la creación de la empresa, por tal razón, la Visión, Misión y los Principios constitutivos del colegio canino, marcarán ese punto inicial para el fomento de la cultura organizacional, de tal manera que cada uno de los trabajadores, se identifique con estos preceptos y actúe de acuerdo con ellos. Esta situación, también permitirá que se lleven a cabo procesos innovadores de gestión, en los cuales la familia Dog Bosco, tendrá la oportunidad de exponer sus criterios, sus aportes, sus ideas y sus desacuerdos frente a la gestión.

Misión: Dog Bosco, nace de la importancia de respetar el vínculo existente entre los humanos y sus mascotas brindando así un espacio fuera de lo habitual para construir relaciones armónicas con el animal, en medio de la diversión y el aire libre, fomentando su bienestar aprendizaje y descanso.

Visión: Dog Bosco se consolidará como un referente en el desarrollo de relaciones sanas y armoniosas entre los dueños y las mascotas a nivel nacional e internacional.

Principios Constitutivos: Respeto, honestidad, calidad, comunicación, amor.

Partiendo del apartado anterior, ¿Qué es la creatividad y para qué sirve en una compañía? El error más frecuente es el de reducir la creatividad a una sola idea, cuando en efecto debe involucrar a muchas personas y muchas disciplinas que trabajen eficazmente bajo un mismo propósito resolviendo problemas de distinta índole. En PIXAR: La creatividad debe estar presente en cada nivel de cada parte del proceso (Ed Catmull. 2008). Es decir, que no solo debe desarrollarse en la parte esencial del Colegio Dog Bosco, sino que deben aplicarse estrategias creativas en su parte administrativa, en su entorno directivo y gerencial.

La aplicación de la creatividad, o mejor aún, los resultados que deja la creatividad en la gestión se harán evidentes solamente cuando se den cambios en el estilo de la dirección y estos cambios contemplan que se elimine la burocracia y la jerarquía, esto con el propósito de una comunicación más fluida entre todas las esferas de la corporación y se eliminen los temores al diálogo y al aporte de ideas. Por lo tanto, este cambio de enfoque requiere de un cambio de habilidades y prácticas en la dirección, requiere de un liderazgo que asuma estos cambios a pesar de los riesgos que puedan surgir (Vilá, s. f.).

En la construcción y materialización de este colegio canino, uno de los elementos que se deben fortalecer es el liderazgo, a través de la formación y construcción de habilidades gerenciales que permitan una evolución y aplicación de la creatividad en todas las esferas del negocio, desde los trabajadores de base, hasta la gerencia, estos aportes deben contar con la visión de todos los que conformen la compañía y de esta manera innovar en el servicio.

Las habilidades del liderazgo y el ejercicio del mismo se constituyen en una característica para llevar a feliz término esta oportunidad de negocio. Sobre liderazgo y su teoría como tal, existen cantidad de definiciones, corrientes, enfoques y escuelas que han conceptualizado el deber ser de un líder, pero a grandes rasgos puede plantearse que es la

capacidad de influenciar tanto a líderes como seguidores. Maxwell se refiere al liderazgo como un proceso y no una posición, trata acerca de las personas y sus dinámicas, esto exige movimientos, avance de un nivel a otro para crear cambios y generar nuevos conocimientos.(Maxwell, 2011).

La construcción de un concepto de liderazgo apropiado para este proyecto empresarial exige líderes capaces de motivar a sus colaboradores para llevar a la empresa a la consecución de los resultados esperados, esto presupone que los líderes no solo deben estar capacitados profesional o técnicamente, sino que deben contar con habilidades administrativas y humanas (Universidad del Atlántico & Naranjo, 2015).

Sin embargo, existen obstáculos en el proceso, no solamente de planeación y creación del colegio, sino que en su labor diaria siempre existirá la tendencia a evitar o minimizar los riesgos, el miedo a crear algo nuevo, lo difícil que resultaría aceptar y procesar la incertidumbre que produce ser original e innovador, y muchas veces se duda de la capacidad de recuperación luego de los fracasos, este mensaje que da el entonces presidente de PIXAR, puede ir muy de la mano con el concepto de inteligencia emocional.

Entendida como la habilidad que tienen los seres humanos de controlar sus propias emociones y controlar las de los demás, en ese sentido, la inteligencia emocional permite discriminar o utilizar esta información para crear o guiar nuevos pensamientos primero y luego las acciones producto de ellos. En consecuencia, estas acciones deben ser el reflejo de aquello que al final resulte más beneficioso para sí mismo y/o para la comunidad a la que pertenece (Moreno et al., 1998). Daniel Goleman se refiere a la "capacidad de expresar nuestros propios sentimientos de modo más adecuado y eficaz, posibilitando la colaboración en un objetivo común" (Goleman, 2010).

(Chopra, 1994) Afrontar las dificultades de los procesos empresariales y asumir el riesgo de las acciones y decisiones tomadas implica el uso de la Inteligencia Emocional, a través de sus componentes, como son: el autoconocimiento emocional, reconocimiento de nuestros sentimientos; autocontrol emocional, capacidad de controlar nuestros impulsos; el ejercicio de la automotivación, es aquel impulso a ser mejores; la empatía, consiste en dar la respuesta apropiada frente a las necesidades de otras personas; y finalmente las relaciones interpersonales como la habilidad de relacionarnos de manera efectiva con los demás. (Goleman, 2008)

En esta misma línea se plantea que, para lograr que la gente talentosa trabaje eficazmente merece por parte de los gerentes la confianza y el respeto a través de un ambiente cálido que fomente estos componentes y, de esta forma, se libera la creatividad del empleado (Catmull, 2008). Por lo tanto, se genera un ambiente de lealtad y felicidad al trabajar y el resultado es convertirse en un imán para la gente talentosa. La Ley de la intención y el deseo, exponiendo que "Atraemos lo que deseamos según nuestras intenciones", según la tradición védica, toda la actividad del Universo tiene su origen en la intención, y a su vez, la intención es una de las fuerzas de la naturaleza, esto quiere decir que, según este pensamiento hindú, todo lo que uno se propone, lo vuelve hábito o patrón y en ese sentido llega por ley del universo (Chopra, 1994).

Para explicar esta Ley, se debe entender que el cuerpo humano, su materia está conformado por un campo cuántico que involucra el campo de la conciencia pura, o en términos de Deepak la potencialidad pura defendiendo que la conciencia humana es la extensión del ser humano en el universo. Entendido esto, es posible hacer cambios conscientemente del contenido de la energía e información del propio cuerpo de mecánica cuántica e influir energéticamente el cuerpo ampliado, es decir, el entorno para que sucedan cosas en él. Por lo tanto, cualquier cosa

que el cuerpo humano desee conscientemente, lo podrá atraer a través de la intensión de forma organizada para su realización (Chopra, 1994).

Sí al interior de la organización Dog Bosco, las personas que conforman el talento humano, se enamoran de su trabajo y de lo que hacen, naturalmente sus acciones serán por convicción, no solamente para el trato respetuoso de los animales, sino en términos de negocio, porque, si el escenario laboral genera principios como la lealtad, la colaboración, la cooperación, la empatía y el diálogo, cosas buenas serán atraídas, el colegio se posicionará y obtendrá reconocimiento, lo que a su vez, generará mayores ingresos y mejores condiciones favorables para el desarrollo de su labor.

En este punto es importante considerar entonces "la primacía de las personas sobre las ideas: si usted le da una buena idea a un equipo mediocre, ellos la van a estropear; si le da una idea mediocre a un gran equipo ellos la van a mejorar o la van a descartar y crear algo que sí funcione". Dog Bosco, no es una idea innovadora, no está creándose el concepto de colegio canino, es más, en la era de los Millennials, es más viable que las personas tengan más mascotas que hijos, esto plantea un reto en términos comerciales y competitivos, y claramente define que la estrategia a implementar será el equipo de trabajo, un equipo multidisciplinario, empático, con don de gente y con un profundo respeto hacia la integridad de las mascotas, su estilo de vida y su papel al interior de las familias contemporáneas, por tanto, los colaboradores que no tengan en claro este concepto irán en contravía con los principios constitutivos e ideales del colegio.

CONCLUSIONES

En el marco de los postulados de Ed Catmull para en la construcción, mantenimiento y empoderamiento de su negocio se resalta el conjunto de principios y prácticas para gestionar el talento creativo y el riesgo. En este sentido, se pretende realizar un estado del arte que contenga

los principios constitutivos del colegio canino Dog Bosco: respeto por los animales, respeto en cuanto al cuidado, manejo, tenencia y al bienestar que le brindemos a nuestros perros; la honestidad, en Dog Bosco, se trabajará con ética y responsabilidad, por lo tanto el trabajo se hará de forma seria y comprometida; calidad, el equipo debe estar conformado por personal capacitado para las diferentes áreas de trabajo, adicionalmente, las instalaciones y las rutas de transporte contarán con todos los estándares para ofrecer el mejor servicio; comunicación, estos canales serán abiertos no solamente entre los clientes y el personal, sino entre los trabajadores y de cara a la comunidad *pet lover*; finalmente el amor, amar lo que se hace y hacerlo con pasión.

Estos principios serán el impulso para que sus trabajadores se comprometan con la felicidad de los clientes y sus mascotas, gracias a que se posicionará como el lugar ideal para dejar a su peludo.

Hacer todo lo que esté en nuestras manos para mantener estándares de buena calidad, Sí, pero sin atropellar a las personas que forman parte del equipo de trabajo, es decir, para que exista un fiel reflejo en “quiénes somos” en Dog Bosco, es importante que se desarrolle una Dinámica Social Saludable para que los resultados sean óptimos. En las compañías de servicio, es de vital importancia la comprensión de las expectativas del cliente; por tanto, sería incoherente brindar un buen servicio si no se conocen las expectativas de los colaboradores que integran el talento humano de la compañía. Si este tipo de situaciones están en sincronía, el resultado será evidente y el éxito puede ser tangible.

De la mano con lo anterior, el principio de creatividad sustentable permitirá contar con espacios expresivos en donde se generen lluvias de ideas que no necesariamente deben ser

nuevas e innovadoras, pero que si pueden ser "potencializadas" o, aquellas que incluyan la interacción de toda la familia dog bosco. para que esto funcione, el talento humano que la componen no solo debe contar con la experticia en el manejo de perros, sino que, además, debe contar con un servicio al cliente y de posventa que se conviertan en una verdadera experiencia para los dueños de las mascotas.

Por medio de la Ley de la Atracción y, en procura por brindar un espacio libre, un espacio armonioso y un espacio divertido para las mascotas, se pretende generar una ideología al interior de Dog Bosco, que describa la identidad de lo que se quiere hacer y lo que se está haciendo, el mejor impulso para que esta ley se dé es la felicidad; por tanto, si este colegio se identifica con la pasión de hacer lo que gusta, atraerá prosperidad y crecimiento económico al negocio como tal. Y en consecuencia primará el componente humano, si bien la razón de ser del colegio, son los animales, el cuidado de las personas que integran esta gran familia es una de las prioridades más características de este colegio Canino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Capriotti, D. P. (1999). *COMUNICACIÓN CORPORATIVA Una estrategia de éxito a corto plazo*.
- Carro-Suárez, J., Sarmiento-Paredes, S., & Rosano-Ortega, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. *Estudios Gerenciales*, 33(145), 352-365.
<https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>
- Catmull, E. (2008). *Cultivar la creatividad colectiva*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2704176>
- Chopra, D. (1994). *LAS 7 LEYES ESPIRITUALES DEL ÉXITO*. 23.
- Goleman, D. (s.f). *La Inteligencia Emocional*. 376.
- Goleman, D. (2010). *La práctica de la inteligencia emocional*. Editorial Kairós.
- Goleman, D., & Boyatzis, R. E. (2008, septiembre 1). Social Intelligence and the Biology of Leadership. *Harvard Business Review*, September 2008. <https://hbr.org/2008/09/social-intelligence-and-the-biology-of-leadership>
- Hamel, G. (s. f.). *El porqué, el qué y el cómo de innovación de gestión*. Recuperado 1 de mayo de 2020, de <https://docplayer.es/17685013-El-porque-el-que-y-el-como-de-innovacion-de-gestion.html>
- Iglesias, M., & Gómez, A. (2004). Análisis documental y de información: Dos componentes de un mismo proceso. *Acimed: revista cubana de los profesionales de la información y la comunicación en salud*, ISSN 1024-9435, Vol. 12, Nº. 2, 2004, 12.
- Maxwell, J. C. (2007). *El ABC del Liderazgo*. Vergara & Riba Editoras.

- Maxwell, J. C. (2011). *Los 5 Niveles de Liderazgo*.
https://www.academia.edu/37013291/Los_5_Niveles_de_Liderazgo_Demonstrados_Pasos_Para_Maximizar_Su_Potencial
- Moreno, C. M., Vicente, E. S., & Martínez, C. E. (1998). Revisión histórica del concepto de inteligencia: Una aproximación a la inteligencia emocional. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 30(1), 11-30.
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.
- National Geographic. (2010, septiembre 5). *Perro doméstico*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.es/animales/perro-domestico>
- Pérez, A. M. S., Milian, A. J. G., Cabrera, P. L., & Victoria, I. P. (2016). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *Revista de Información científica para la Dirección en Salud. INFODIR*, 0(24), 86-99.
- Revista Empresarial. (2016, octubre 19). El mercado de las mascotas en Colombia crece un 13%. *Revista Empresarial y Laboral*. <https://revistaempresarial.com/industria/grafica/el-mercado-de-las-mascotas-en-colombia-crece-un-13/>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill Mexico.
- Schvarstein, L. (s.f). *LA INTELIGENCIA SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES*. 18.
- Universidad del Atlántico, & Naranjo, R. (2015). Management skills in leaders of mid-sized businesses of Colombia. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 38, 119-146.
<https://doi.org/10.14482/pege.38.7703>
- Vilá, J. (s. f.). *Cultura innovadora: Valores, principios y prácticas de primeros ejecutivos en empresas altamente innovadoras*. Recuperado 1 de mayo de 2020, de

<https://www.bbvaopenmind.com/articulos/cultura-innovadora-valores-principios-y-practicas-de-primeros-ejecutivos-en-empresas-altamente-innovadoras/>